



TITLE:

小賣更生策としての自由連鎖店

AUTHOR(S):

谷口, 吉彦

CITATION:

谷口, 吉彦. 小賣更生策としての自由連鎖店. 經濟論叢 1933, 37(6): 812-830

ISSUE DATE:

1933-12-01

URL:

<https://doi.org/10.14989/130383>

RIGHT:

京都市帝國大學經濟學會 經濟叢論

第六號

第三十七卷

昭和八年十二月一日發行

論叢

所得稅改造の一案

法學博士 神戸正雄

企業と所得稅負擔

經濟學博士 沙見三郎

經濟本質論

經濟學博士 石川興二

時論

小賣更生策としての自由連鎖店

經濟學博士 谷口吉彦

研究

投機と取引所

經濟學士 今西庄次郎

アリストテレスの價值論

經濟學士 白杉庄一郎

アングロ時代の社會單位について

經濟學士 竹中靖一

說苑

マールの利子論

經濟學士 青山秀夫

一般均衡論と交換方程式

經濟學士 柴田敬

附錄

新着外國經濟雜誌主要論題
本誌第三十七卷總目錄

時 論

小賣更生策としての自由連鎖店

谷 口 吉 彦

目次

- | | | |
|-------------|------------|---------------|
| 一、小賣更生策の目標 | 二、自由連鎖店の發展 | 三、自由連鎖店の特徵と長所 |
| 四、自由連鎖店の諸形態 | 五、結 論 | |

一、小賣更生策の目標

最近における小賣店の窮狀は、まことに同情に値するものがある。戦後の永續的不況と世界恐慌のために、小賣店の直接對象とする消費者購買力が著しく減退しつゝある上に、この減退せる購買力が、更に他の新しき小賣形態によつて侵略され、こゝに在來の獨立小賣店は、かゝる一般的事情と特殊的事情とに狹撃されて、今や全くその存續を脅かされるに至つたからである。そこで謂はゆる當業者の自衛的見地から、さきには種々の形における百貨店反對運動となり、最近ではまた謂はゆる反産運動から商權擁護運動にまで發展することゝなつた。

さて當業者がその自己の營業を擁護する立場から、種々の運動を試みることは、もちろん今日の社會においては當然に許さるゝ所であり、彼等の立場においては何ら非難さるべきではない。

併しながらそこに問題は二つある。第一に今日の社會生活または國家生活の全體より見て、かゝる當業者の自衛的見地よりする種々の運動が、果してそのまゝに承認さるべきものかどうか、第二に假りに譲つて當業者の自衛的見地に立つとしても、今日までに行はれまた既に行はれつゝあるが如き運動は、果して彼等の意圖する目的を達成する所以であらうかどうか、これが問題である。

今かりに當業者の自衛的見地に立つて考へる。問題は今日行はるゝが如き種々の方法が、果して眞の意味の小賣更生策であるかどうか、かりに是等の運動が或程度に成功して、運動そのものゝ目的を達したとしても、それが果して小賣更生の實をあげうるかどうかは、今日において最も慎重に考慮さるべき問題であらう。例へば假りに百貨店反對運動が效を奏して、百貨店の商品券が廢止せられまたは課税せられたとして、さて之によつて小賣店が果してどの程度に更生し得るかどうか、何人も疑なきを得ないであらう。また最近の反産運動が假りに奏功して、購買組合、販賣組合がその特典を奪はれたとしても、之れによつて小賣店その他の商人が、果してどれだけの繁榮を回復し得るであらうか、問題はこゝにあると思はれる。

いま當業者の立場にあつて更生策を考へる場合に、最も重要な根本的問題は、それらの更生策が何を目標にし、如何なる方向に進まんとするかを、まづ何よりも先きに認識することであ

る。この根本的認識を缺ける諸對策または誤れる認識に出發せる諸對策は、たとひ如何なる善意と努力をもつて更生策を講究しても、折角の更生策が相互の間に矛盾を來たし、または更生策が却つて沒落策となることさへ珍らしくない。言はゞ目標と方向を定めずに道を歩いてゐる様なので、一步一步は巧みに障害を避けて歩いてはゐるが、結局は途方もない沒落の過程を急ぐ結果となることがある。

それ故に小賣更生策を小賣業者の立場において考ふるに當つて、最も重要な先決問題はまづその目標にある。如何なる目標に向つて、如何なる方向に小賣を導かんとするか、之れが明確にされざる以上は、個々の小賣更生策の如きは、實は考へ得られざる筈である。然らばその目標は如何にして決定せられ、また何を目標にすべきであるか、これが問題となる。

この場合に最も重要なことは、かゝる目標の決定が、單なる個人の思ひつきや意見によつて定めらるべきでないといふことである。一般的に言へば總ての『政策』が、單なる個人的意見ではなく、學問的に認めらるゝ政策である以上は、それは何人も疑ひ得ざる客觀的妥當性を有せねばならず、個人の好惡や意見とは獨立に、客觀的必然的に規定されて來るものでなければならぬ。これを規定するものは即ち一般的には經濟發展の方向であり、小賣更生策に關しては商業發展の方向である。商業發展の法則は、一應は個人の意思や意見の如何に拘らず、社會的客觀的に行はるゝ法則であり、一定の時代においては常に一定の發展方向を示してゐる。これを認識するのは商

業經濟學の任務であり、この認識に基づいて政策を規定するのが、商業政策學の任務であるが、いま小賣更生策の目標を規定するに當つては、何よりも現代における商業組織、即ち社會における商品配給組織の發展方向を認識して、その上に對策の目標を規定せねばならぬ。

小賣更生策の目標は、右の意味から客觀的必然的に規定されて来る。われ／＼の認識にして誤りなければ、それは小賣組織そのものゝ更生によつて、小賣商業としての社會的機能を有効に發揮せしむるにある。蓋し社會に存在する總ての機關は、そのものゝ社會的機能を十分に發揮しつゝある間は、如何に之を壓迫し制限しても、その存續發展を沮害することは出来ない。之に反してすでに社會的機能を喪ふに至つた存在は、如何に之を保護し獎勵しても、結局はそのものゝ存續を喪ふに至る。それ故にいま或る存在の更生を計らんとするに當つては、何よりも先づそのものゝ改革によつて、社會的機能の喪失を奪回せねばならぬ。いま在來の小賣店が次第に排除されまたは滅亡に傾してゐるとすれば、それはすでに在來のまゝの小賣店では、その小賣機能を次第に喪失しつゝあるからに外ならぬ。この場合に小賣店の更生を計らんとするには、先づ第一に小賣組織そのものを改革して、喪はれんとする小賣商業の社會的機能を回復せねばならぬ。自らの機能の喪失を省みず、自らの組織の改革を試みずして、徒らに百貨店の進出を疾視し、産業組合の發展を羨視するに過ぎない様では、恐らく小賣店の更生を期待することは困難であらう。

二、自由連鎖店の發展

こゝに自由連鎖店と言ふのは、アメリカにおける Voluntary chain stores を意味する。極めて大まかに言ふならば、アメリカにおいては、百貨店時代はすでに過去のことになり、およそ一九二〇年を境界として、新に連鎖店時代に入つたと言はれてゐた。言ふ意味は勿論この時以來、百貨店が滅亡して連鎖店が之に代つたといふのではない。百貨店は依然として在來の存在をつゞけてはゐるが、たゞその發展の速度は大體この時をもつてその頂點に達し、それ以來は新たな連鎖店が之に代つて急速に發展するに至つたことを言ふに過ぎない。

同じ意味において今日ではすでに連鎖店時代も過去のことに屬し、アメリカではほゞ一九三〇年を境界として、新たに自由連鎖店時代に入つたと言ふことが出来る。Zimmerman 氏はすでに一九三一年の著書¹⁾に言つてゐる。『よく組織されたる連鎖店は、その内部の人事問題に拘らず、恐らくその發展計畫を止めないであらう。併しそれは過去十年間におけるよりも遙かに緩慢となるであらう...』と。また近着の Harvard Business Review²⁾ には、『食料品商業においては、自由連鎖店に組織されたる獨立商店の數は、今や私人または會社の連鎖店に屬する店舗の數を超過するに至つた』と報告されてゐる。われ／＼も亦さきに『連鎖店反對運動』と題する小論を結ぶに當り、『今後³⁾の連鎖店が、一九二〇—三〇年間に見たるが如き急速なる發展をつゞけるであらうとも考へ

1) Zimmerman, M. M., The Challenge of Chain Store Distribution (1931) p. 284.

2) Harvard Business Review, Vol. XI, No. 2, Jan. 1933.

3) Tosdal, H. R., Some Recent changes in the Marketing of Consumer Goods (Harvard Business Review, Vol. XI, No. 2, Jan. 1933, p. 160)

られない。恐らくその發展の速度は、今日をもつて、その頂點に達せるものと見るべきであらう。⁴⁾』と述べておいた。

然らばかくの如く小賣商業がまづ百貨店時代を現出し、次いで連鎖店時代に入り、更に自由連鎖店時代に轉換しつゝあるのは、果して如何なる理由によるものか、これを明らかにすることは、最近における自由連鎖店の發展せる根據を明らかにする上に重要である。それは一般的、抽象的には、前節に論ずる所の社會的機能の變化によることは言ふでもない。即ち社會經濟組織の發展すると共に、先づ百貨店形態の小賣商業が小賣機能を有効に發揮する部面を生じ、次いで連鎖店組織が、更に最近には自由連鎖店組織が、小賣機能をより、有効に發揮しうる部面を發生せしめたからに外ならぬ。たゞ問題は特殊、具體的に、如何なる根據によつて右の如き次ぎの時代を現出し、ことに最近の自由連鎖店時代を現出するに至つたか、この點を特に考察する必要がある。さて近代小賣形態の一つとして、大規模組織の百貨店の發展するに至つた社會的根據は、すでに周知知らるゝ所である。即ち近世資本主義の發展は消費人口の都市集中を招來し、また近世都市およびその近郊の交通機關の發展は、都市人口の購買集中を容易ならしめ、かくして一方に大規模小賣業の可能的條件を準備すると共に、他方に資本主義發展の一般的傾向として大規模企業の優勢といふ實現的條件の加はることによつて、一定の時期に於て百貨店時代の現出することは何れの國といへども、或る程度の資本主義的發展をなす場合には常に見る所である。たゞ商業に

4) 拙稿、連鎖店反對運動、本誌 XXXIV, 5, p. 158. (昭和七年五月)

おける企業集中または大規模企業のもつ意味は、工業その他におけるとは多少その内容を異にするものではあるが、併し小賣商業としての社會的機能を有効に發揮するといふ點では、右の諸條件の下では大規模小賣業の優勢を否定し得ない。

併しながら大規模企業としての百貨店の發展は、周知の如く多くの點に制限をうけるを免れない。地理的制限・商品的制限・階級的制限をその主なるものとし、何れの土地、何れの商品、何れの顧客に對しても、たゞ一つの百貨店形態を以て小賣の全機能を充たすことは、全く不可能である。それ故に最初の間は急速に發展しつつある百貨店も、その發展が或る程度に達したる後には、遂には行詰りに到達せざるを得ない。それがアメリカにおいては早く一九二〇年頃に来り、吾國では恐らく最近に至つて、漸くその傾向を現はして來たかに見える。

百貨店に代つて問題となつた連鎖店は、同様に大規模企業ではある。従つて大規模商業に伴ふ利益、例へば大量仕入・廣告宣傳の如きは、百貨店以上の力を獲得する。然るに連鎖店の大規模企業といふ意味は百貨店と全く異り、たゞ經營の大規模的統一に止まり、現實の小賣店舗は普通の小賣店と同様に小規模である。即ち百貨店の大規模大經營に對して、連鎖店は言はゞ小規模大經營である。それが大經營である點では百貨店の長所を採り、それが小規模である點では、百貨店の有する種々の制限ことに地理的制限を克服して、都市においては消費者の地域により、接近して位置することが出來、また地方の中小都市にも自由に進出することが出來る。かくして連鎖店は

百貨店に代つて急速な發展を遂げたものではあるが、決して百貨店の領野を犯して進出するものではなく、寧ろ百貨店の殘してゐる方面または百貨店の進み得ざる部面に向つて、急速に進出するものである。従つて連鎖店の發展のために打撃をうけるものは、百貨店ではなくて寧ろ在來の獨立小賣店であつた。⁶⁾

連鎖店に代つて最近に急速な發展をなしつゝある自由連鎖店は、恰かもこの點に關聯する。即ち連鎖店の著しき發展のために、その存在を脅かさるゝに至つた小賣店・卸賣商・製造業者の一部は、一方には熱心に連鎖店反對運動をつゞけると共に、他方には連鎖店の長所を採用して自らの小賣組織を改造することゝなつた。その結果として新に生れた小賣形態が即ちこゝに問題とする自由連鎖店である。

然らば自由連鎖店の新たに發展する社會的根據は何處にあつたか、われ／＼は之を連鎖店の發展の行詰りといふ消極的根據と、自由連鎖店の長所といふ積極的根據とに分つて指摘することが出来る。

第一に連鎖店の發展がほゞ一九三〇年前後においてその頂點に達し、それ以後は漸く發展の速度を緩めつゝあるのは、一般的抽象的には、ほゞその發展の限度に到達して、もはやこれ以上の發展をなすべき餘地が少くなつたゝめとも見られる。けれども具體的特殊的には、連鎖店に伴ふ種々の缺陷が、その發展と共に次第に増大するに至つたからでもある。いまその主要な二三の點

6) 拙稿、連鎖店反對運動(本誌 XXXIV, 5, p. 151.)
7) 拙稿、同上參照

を指摘すれば、第一に有効に經營しうる一企業の大きさには一定の限度があり、決して無限に増大しうるものではない。例へばアメリカ最大の連鎖店と言はるゝ Great Atlantic & Pacific の如きは一九二九年には店舗數一萬五千五百、年賣上高十億弗に上る大規模の一企業であるが、すでに能率的經營のためにはその規模の過大なることを知り、最近では次第に之を縮小せんとする傾向にある。⁸⁾ 第二に會社組織に伴ふ人事上の缺陷は、連鎖店組織に免れ難い短所となる。即ち實際に賣店にありて販賣に従事するものは、會社の使用人としての一店員に過ぎず、彼れの利害は必ずしも連鎖會社の利害と一致しない。ことに大規模連鎖となるに従つて、中央の利害または監督から遠ざかる傾向が強い。第三に連鎖店反對運動の進展は、被害者たる小賣店・卸賣商および製造業者の躍起運動から進んで、政治家の躍動となり、國民一般の關心を喚起するまでに進んでゐる。固より反對運動者の指摘する連鎖店の弊害の中には、その當らざるものまたは誇張に失するものも少くはないが、中にはよく國民經濟的の弊害を指摘し、ことに營利會社による食料配給上の獨占傾向の如きは、事實はまだそれ程に進んでゐないとは言へ、問題の重要性は極めて大である。従つて第四に連鎖店壓迫の立法が大多數の州議會を通過し、憲法上の疑義に拘らず、現實には連鎖店への壓迫となり、そのため經費を増加してその發展を沮害する點が少くない。此の如くして連鎖店はその從來のまゝの形態においては、もはや多くの發展を期待しえざることゝなつた。かくして會社組織の連鎖店もまた一九三〇年頃より次第にその組織を變更して、種々の缺陷を免れんと

8) Zimmerman, M. M., The Challenge of Chain Store Distribution, 1931, p. 276.

するものが現はれた。その一つの方法は、各店舗の人事組織を改革して、その獨立性を増し、店舗營業者への利益分配制度を採用するものである。Davidson 氏は言つてゐる。『これに對して會社連鎖店の試みつゝあるのは、店舗の人事および個性をして、獨立商人に優らずとも等しいだけに發達せしめ、店舗經營者に對しては、株式所有による利潤の分配を提供するものである』⁹⁾と。而して自由連鎖店は恰かもこの長所をより、大ならしむるものである。

三、自由連鎖店の特徴と長所

自由連鎖店 (Voluntary chain stores) が普通の連鎖店 (Regular chain or Corporate chain stores) と異なる主要の點は、各店舗がおの／＼の獨立性を維持する點にある。蓋し普通の連鎖店にあつては、それが會社組織たると個人組織たるとを問はず、企業體としてはたゞ一つの存在であり、各店舗は全く獨立性を失つた支店または賣場の如きものとなるが、自由連鎖店は之と異り、各店舗は依然として獨立の主體として残り、各自獨立の計算と損益とにおいて經營するものである。

それ故に自由連鎖店は假りに之を定義するならば、多數の獨立せる小規模の小賣店が、集つて何等かの形においてその經營を統一する組織である。また或る學者は次の如くにも定義する。『自由連鎖店なる言葉は、各自の店舗を所有し營業しながら、一人の卸賣商人と結合するかまたは相互協同的に活動して、普通の連鎖店と同様の商品上の利益を確保する目的をもつて組織されたる

9) Davidson, C., Voluntary Chain Stores, 1930, p. 8.

小賣商人の團體に對して用ひられる¹⁰⁾と。後に述べるが如く、自由連鎖店と稱せらるゝものゝ中には種々雑多の形態を包含するから、之を簡單に定義することは困難ではあるが、その要點は右の定義に示さるゝ如く、第一に多數の獨立小賣店の團體組織であること、第二に何等かの形態において各自の經營を統一することの二點にあると言へる。

自由連鎖店が他の小賣形態と區別せらるゝ特徴も、主として右の二點に係るものである。即ち普通の連鎖店に對しては、右の第一の要素たる獨立小賣店の團體組織といふ點において區別せられ、第二の要素たる多數の經營の統一といふ點では、その理を一にする。また普通の獨立小賣店に對しては、この第二の要素たる經營の統一といふ點において區別せられ、第一の要素たる獨立性では共通である。かくして自由連鎖店は、連鎖店と小賣店との中間的存在であり、兩者の一面づゝの併有である。従つて百貨店に對しては、小規模店舗の點で全く對立し、經營の大規模的統一の點では同じ側に立つ。たゞこの經營の統一さるゝ形態は、百貨店よりも寧ろ連鎖店に接近し、併も自由連鎖店の中にも種々の相違を示すこと後に述べるが如くである。

自由連鎖店は既述の如く、連鎖店の進出に對する獨立小賣店の更生策または競争方法として發展したものである。従つてそれは獨立小賣店に比しては、有力なる長所を有することと言ふまでもない。この長所は大體において、獨立小賣店に對する連鎖店の長所に準ずる。即ち連鎖店の壓迫に耐えかねた小賣店は、敵の武器を模倣して自らを武装したわけである。その長所の主要の點は、

10) Clark, F. E. and Weld, L. D. H., Marketing Agricultural Products, 1932, p. 178.

大規模小賣業に共通の長所、即ち大量仕入による安價買入ことに仕入先における廣告料割引を主とし、共同廣告または宣傳の力を利用し、共同商標品を廉賣しうる等これである。これらの長所は百貨店よりも連鎖店においてより有力であるが、自由連鎖店では更に連鎖店よりもより有力に之を發揮せんとするものである。そのためには必ずしも一企業としての連鎖店を組織する必要なく、個々の獨立小賣店がその對外活動ことにその仕入活動を合同し統一すれば足りる。或る論者はこの長所につき次の如く言つてゐる。『この運動の最初において、卸賣人および小賣人は何れも、連鎖店の競争に對抗する方法は、連鎖店の仕入方法を模倣すべきであると信じた。小賣人は考へた、若し彼れにして連鎖店と同じ低價に仕入れさへ出来れば、彼れもまた同様に安く賣ることが出来て、それによつて連鎖店を驅逐しうるであらうと。連鎖店は謂はゆる數量割引や價格割引をうけ……廣告、陳列および速賣を行ひ、また「廣告料割引」が著しく進められた。』¹¹⁾

然らば自由連鎖店が連鎖店に對して有する長所は何か、さきに述ぶるが如く、連鎖店も或程度に發展したる後には、種々の缺陷を現はして來るが、その主要の理由は、それが膨大なる單一企業となるために、從業員の利害と企業の利害が分離する點にある。然るに自由連鎖店は各店舗の獨立を許すものであるから、恰かもこの缺陷をなくすることが出来る。この點につき Zimmermann 氏は言ふ、『よく組織され且つ能率的に經營さるゝ自由連鎖店は、連鎖店では殆んど發達せしめ得ない一要素をもつてゐる。即ち各店舗における個人的所有と人格性これである。連鎖店はその組織においてはより有力であるかも知れないが、自由連鎖店はその店舗營業においてより有力であ

11) Davidson, C., Voluntary Chain Stores, 1930, p. 3.

らう¹²⁾と。他の論者もまた『それは雇傭人に代ふるに、店舗所有主をもつてする』¹³⁾點を指摘する。

かくして自由連鎖店の有する二つの特徴即ち獨立性と統一性とは、恰かもそれ¹³⁾に連鎖店と小賣店とに對する優越を意味する。即ちその獨立性の故に連鎖店の缺陷を補つて小賣店の長所を採り、その統一性の故に小賣店の短所を補つて連鎖店の長所を合するものである。然らば自由連鎖店の統一性とは何か、この統一の方法と程度に應じて、自由連鎖店の種々の形態を生ずることとなる。之を次の問題とする。

四、自由連鎖店の諸形態

自由連鎖店と稱せらるゝものの中には、種々雑多の諸形態が含まれてゐる。いま二三の見地より之が種別を試みる。

まづ第一に、自由連鎖店の發展し來れる順序より見る時は、

(一)最初は先づ連鎖店の進出のために排除されんとする卸賣商人が中心となり、これが多數の小賣店を糾合して、一つの組織を作りあげ、この卸賣商人を通じて連鎖店に匹敵する大量仕入の利益を享けるに至れるものである。蓋し何れの國においても、小賣人の多くは保守的であり、無資力であり、利己的であり、近視的であつて、たとひ小賣人の窮迫甚だしき場合でも、自ら起つて進歩的の更生策を講ずるが如きことは比較的に少い。之に反して卸賣商人または仲買人の中には

12) Zimmerman, The Challenge of Chain Store Distribution, 1931, p. 269.

13) Davidson, C., Voluntary Chain Stores, 1930, p. 32.

資力もあり能力もあつて、進歩的の更生運動に向つてイニシアテীবグをとるものも少くない。¹⁴⁾
かくの如き卸賣商人を中心として、自由連鎖店の一團が結成されて行つたのが、即ち最初の形態である。¹⁵⁾

(二)最初の自由連鎖店の發生と成功に刺激せられて、發展するに至つた第二の形態は、獨立小賣店相互の間に成立する協同組織の自由連鎖店である。もちろん協同組織の中には卸賣人または仲買人を包含し、また製造業者をも含む。時には印刷業者や冷蔵庫生産者までも包含することがある。この場合に小賣商・卸賣商以外のものは、特に之を協同者として區別することもある。

(三)自由連鎖店の十分に發展せる形態では、その名稱、設備、外觀、看板、陳列等々を總て劃一にして、廣告宣傳の效果を増大せしめ、また販賣方法も劃一的に統一して、連鎖店と同様の方法をとることが多い。この程度に達せる場合には、もはや外見上は連鎖店と何等の區別もない。たと各店舗が獨立の人格と計算において經營せられるといふ相違に過ぎない。

第二に多數の小賣店と少數の卸賣店または卸賣機關とが、如何なる關係において結合せるかの點より見るも種々の相違がある。¹⁶⁾

(一)獨立の一卸賣人と多數の獨立小賣店とが個別的に契約を取り交はすことによつて成立する形態であつて、個人的自由連鎖店(The individual voluntary chain)と稱せられるものは是である。この場合には總てその唯一の卸賣商人の計畫に従つて經營せられることとなる。

14) 拙稿、連鎖店反對運動、本誌 XXXIV, 5, p. 151-152.

15) Davidson, C., Voluntary Chain Stores, 1930, p. 3.

16) Davidson, C., ibid., p. 6-7.

(二) 卸賣商のシンジケートを作り、その下に多數の小賣店を契約によつて糾合する聯合的自由連鎖店 (The syndicate voluntary chain) であつて、この場合には經營の計畫は合議制によつて定められる。聯合組織の下にある卸賣商人の仕入が、個々に行はれる場合と、プール組織に行はれる場合との別がある。

(三) 小賣商人の協同組織が中心となり、それが共同の仕入機關を作り、または卸賣商人をその協同組合の中に引入れて、各小賣店の仕入をこゝに集中せしめる小賣人自由連鎖店 (Retailer's voluntary chains) であつて、特定の卸賣機關を有せざるもの、之を共同的に所有するもの、卸賣商人をもつて之に充てるもの等の區別がその中に包含されてゐる。

(四) 卸賣會社の株式または持分を各小賣店が分有することによつて兩者の關係を結ぶ形態は、即ち小賣店が卸賣店を共同に所有することによつて卸賣利潤の分配に與らんとするものである。

(五) 反對に小賣店舗の所有權の一部を卸賣商人に譲渡し、即ち卸賣商の資力による連鎖店を組織しながら、小賣店舗の所有權の一部をもとの所有者に留保し、従つて利潤分配の機會を與へる形態もある。こゝに至れば大いに普通の連鎖店に接近したものであつて、さきに述べたる連鎖店の改組運動即ち各店舗の獨立性を部分的に認めんとする傾向と甚だしく接近せるものとなる。

第三に、卸賣人と小賣人との間に結ばるゝ契約の種類によつて區別する時は、¹⁷⁾

(一) 單純なる紳士契約の形式をもつて、自由連鎖店を組織する小賣店は、その最善の努力をもつ

17) Davidson, C., *ibid.*, p. 25.

てこの組織を支持すべきことを契約し、何ら具體的の取り決めをなさざるもの、

(二) 單に商號および廣告に關する契約をなすもの、即ち從來の商號を廢して自由連鎖店の共通商號を用ひ、且つ共同廣告に對する一定の料金を醸出すべきことを契約する。

(三) 仕入契約を含むか含まざるか、またその仕入の程度を如何に強制するかによつて、拘束契約と (Tight control) 自由契約 (Loose control) とに區別することが出来る。最も拘束的な仕入契約は、例へば赤白商店 (Red & White store) におけるが如く、總ての仕入を一〇〇%までその卸賣商よりなすべきことを契約する。¹⁸⁾ 之に次いで仕入數量の最少限度を契約するものもあり、他の卸賣商との間に全く自由に選擇しうるものもあり、または仕入契約を全く含まざるものもある。

(四) 小賣店舖の賣買契約を卸賣商人との間になすものは、前述の如く一部の所有權を留保し、從つて利益分配の權利を留保して、純然たる連鎖店に墮することを免れる。

第四に、小賣店舖の經營の統一程度から見て區別する時は、

(一) 共同仕入または仕入統一を中心とし、その他については小賣店舖の自由に放任するもの、

(二) 共同廣告または共同宣傳を主眼とし、そのために製造業者よりは廣告料割引をうけ、小賣店よりは廣告料金を醸出せしめる。

(三) 共通商號または共通商品をもつて統一することは、右の共同廣告のためにも必要な條件となる。

(四)設備・裝飾・看板・陳列・販賣方法等を共通に統一することは、能率を増進し宣傳を有力にする上に効果的である、

統一程度の最も高いものは、以上の諸條件を總て具備して、一見するところ普通の連鎖店と殆んど區別され難い。たゞ人格的には依然としてもとの獨立小賣店であり、各自の計算において經營しつゝあるから、經營を熱心ならしめ且つ顧客との得意關係を維持するに有效である。このことは殊に地方の中小都市において、より有力なる長所となりつゝある。

五、結 論

最後に自由連鎖店は、今日の吾國における小賣更生策として、如何なる意味をもつであらうかを考へて見たい。

第一に、商品配給組織における最近の發展傾向は、謂はゆる組合的集中形態への發展にあり、産業組合・消費組合・商業組合・輸出組合または連鎖店の如き、總てこの種の集中形態に屬するものであるが、いま問題の自由連鎖店は、小規模小賣店の組合組織による大規模化であるから、それは正に現代の發展傾向に即する形態であると言はねばならぬ。組合的集中形態は、企業の對内活動をもとのまゝに小規模とし、たゞその對外活動を大規模化するに過ぎないが、小賣商業における大規模化は、工業におけるとは異り、たゞその對外活動ことにその仕入を大規模化することに

より、よく大規模企業の利益を享受することが出来る。これ百貨店式の企業集中に對して、連鎖店式の企業集中が急速に發展したる所以である。

第二に、連鎖店による配給組織の變革は、たとひ小賣組織を合理化したところで、それは小賣店の更生策とはならぬ。これによつて個々の小賣店はその獨立性を失ふのであるから、それは小賣店の滅亡を意味する。如何に小規模の小賣店主といへども、またいかに窮迫の狀態に陥るものといへども、その從來の獨立を失つて直ちに一大連鎖店の一小支店となり、その使用人になり下がることは、ことに吾國の商人としては殆んど不可能に近い。これ普通の連鎖店が小賣更生策として殆んど重要な意味を有し得ない理由である。然るに自由連鎖店では、從來の小賣店主は依然としてその主人として残り、自己の計算においてその店舗の經營をつゞけ、從來の得意關係をそのまゝに維持するのであるから、この點に關する障礙は殆んど存在しない。他方には大量仕入による種々の利益、共同廣告による有力な宣傳、近代的な店舗・設備・裝飾・販賣方法等において百貨店または連鎖店にも増して、有利な地位を獲得するのであるから、小賣更生策としては、他の何れの計畫よりも合理的にして有望なるものと思はれる。

第三に、小賣更生策としての自由連鎖店にも、そこには或種の制限があり限度のあることは言ふまでもない。これは主として商品の種類より来る。自由連鎖店に適する商品は、大體において連鎖店に適する商品と合致し、最適品は食料品・藥品類である。即ち商品標準化の發展せる商品は

ど之に適すると言へる。この點において吾國の商品の中には、この種の商品は比較的に少ない恨はあるが、併し商品標準化の傾向は、吾國においても最近に至つて著しく進展しつゝある。それ故に適當なる商品を選び、更に吾國の小賣店および消費者に適する組織と方法とを考案して、吾國獨特の自由連鎖店を案出せば、少くとも小賣店の少なからざるものは、之によつて或程度の更生を實現しうるのではないかと思ふ。固より之によつて總ての小賣店が更生しうるものでもなく、またその更生は決して絶對的のものではあり得ない。けれども少くとも今日において急速に發展しつゝある配給組織の變革時代において、その動向に即して小賣店の組織そのものを改革することにより、小賣配給の社會的機能を有効に發展せしめ、之によつてそのものゝ存續發展を期待しうる一の方角としては、最も注意すべきものゝ一つであらうと思ふ。